

DAFTAR PUSTAKA

- 123dok. (n.d.). Pengertian citra merek (brand image) dan landasan teori. Diakses dari <https://www.123dok.com/id/article/pengertian-citra-merek-brand-image-landasan-teori.10538916>
- Atmoko, B. D. (2012). Instagram handbook. Jakarta: Mediakita.
- Barker, C. (2004). The SAGE dictionary of cultural studies. London: Sage Publications.
- Cangara, H. (2014). Pengantar ilmu komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Danesi, M. (2010). Pengantar memahami semiotika media. Yogyakarta: Jalasutra.
- Difa, A. B., & Setyawan, A. G. (2024). Representasi dalam media dan budaya: Perspektif teori Stuart Hall. Sanak: Jurnal Studi Agama-Agama, 2(2). Diakses dari <https://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/jsa/article/view/5538>
- Education: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan. (2023). Representasi budaya dalam media komunikasi visual. Diakses dari <https://journal.stiestekom.ac.id/index.php/Education/article/view/332>
- Effendy, O. U. (2003). Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi. Bandung: PT Citra Aditya Bakti

Erlangga, D. M. (2024). Stuart Hall dan representasi budaya. Kompasiana. Diakses dari <https://www.kompasiana.com/dimasmuhammaderlangga8314/66dcb9bfc925c40b9f16abd5/stuart-hall-representasi-budaya>

Gestalt: Jurnal Desain Komunikasi Visual. (n.d.). Representasi dan budaya visual dalam desain komunikasi. Diakses dari <https://gestalt.upnjatim.ac.id/index.php/gestalt/article/view/188/21>

Hall, S. (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. London: Sage Publications.

IDN Times Jawa Barat. (2024). Prostreet, brand fesyen otomotif Bandung mampu tembus pasar dunia. Diakses dari <https://jabar.idntimes.com/news/jawa-barat/prostreet-brand-fesyen-automotif-bandung-mampu-tembus-pasar-dunia-00-9y7yl-8cgvxy>

JIC Nusantara: Jurnal Intelek Insan Cendekia. (2024). Representasi citra dalam iklan televisi (analisis semiotika). Diakses dari <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/1937>

Jurnal BASATAKA. (2023). Representasi budaya dalam teks dan media. Diakses dari <https://jurnal.pbsi.uniba-bpn.ac.id/index.php/BASATAKA/article/view/489>

Jurnal Chester: Art and Design. (2024). Strategi komunikasi visual dan branding digital. Diakses dari <https://journal.um-surabaya.ac.id/Chester/article/view/28795>

- Jurnal COMMUSTY: Communication and Society. (2024). Strategi komunikasi pemasaran produk lokal di era digital. Diakses dari <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/commusty/article/view/6322>
- Jurnal Desain. (2024). Pendekatan visual dan representasi dalam desain komunikasi. Diakses dari https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/view/28989
- Jurnal Kembara. (2023). Representasi identitas budaya dalam narasi populer. Diakses dari <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/kembara/article/view/18245/10837>
- Jurnal Maranatha: SRJD. (n.d.). Kajian desain dan budaya visual. Diakses dari <https://journal.maranatha.edu/index.php/srjd/article/download/8994/3049/4180>
- Jurnal Sanggitarupa. (n.d.). Komunikasi visual dan makna simbolik dalam karya desain. Diakses dari <https://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/sanggitarupa/article/view/6174/4170>
- Neliti. (2022). Retorika visual dalam media digital. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/488078-none-234770fb.pdf>
- Perpustakaan Nasional Republik Indonesia. (n.d.). OPAC Perpustakaan Nasional Republik Indonesia. Diakses dari <https://opac.perpusnas.go.id>

Piliang, Y. A. (2003). *Semiotika dan hipersemiotika: Kode, gaya, dan matinya makna*.

Bandung: Jalasutra.

Putra, Y. R., Novitasari, L., & Ersyad, F. A. (2025). Representasi kesegaran rasa buah dalam visualisasi TVC Djarum 76 Mangga edisi Juli 2023. *Jurnal Desain*, 12(3), 784–799. <https://doi.org/10.30998/jd.v12i3.28989>

Repositori Telkom University. (n.d.). Retorika visual dalam strategi co-branding untuk membangun citra merek Aerostreet. Diakses dari <https://repositori.telkomuniversity.ac.id/pustaka/210375/>

Royan, F. M. (2005). *Marketing Celebrities: Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Sari, D. P., & Widodo, T. (2020). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk fashion di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.

StudyLib. (n.d.). Bab II kajian pustaka dan kerangka pemikiran. Diakses dari <https://studylibid.com/doc/1546206/bab-ii-kajian-pustaka--kerangka-pemikiran>

Suara.com. (2024). Manfaat jaket bagi pengendara motor, tak sekadar aksesoris belaka. Diakses dari <https://www.suara.com/otomotif/2024/05/23/135815/manfaat-jaket-bagi-pengendara-motor-tak-sekadar-aksesori-belaka>

Susilawati, Fajrina, N., & Pramesti, R. D. (2023). Peran elemen visual sebagai strategi komunikasi pemasaran pada kemasan produk. *Jurnal Ilmu Komputer dan Desain Komunikasi Visual*, 8(2), 322–331.

Universitas Pasundan. (2021). Bab II kajian pustaka. Repository Universitas Pasundan.

Universitas Semarang. (2016). Bab II kajian pustaka dan landasan teori. Diakses dari <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2016/G.331.16.0036/G.331.16.0036-05-BAB-II-20210312094048.pdf>

Yuliasari, I. (2008). Relasi institusi sosial, media, budaya, dan bahasa dalam pemikiran Stuart Hall. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 5(1). Diakses dari <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/56>